CATALOGUE 2010

Formations qualifiantes

Cours du soir

Stages de perfectionnement

Formations sur mesure

Parcours personnalisés

Journalisme

Multimédia

Edition

Vidéo

Photo

Graphisme

Bienvenue à l'emi

Nos parcours qualifiants, nos cours du soir, nos stages de perfectionnement, nos formations sur mesure permettent à nos stagiaires d'acquérir un nouveau métier ou de se perfectionner. Parmi les nouveautés 2010 : la montée en puissance de la filière vidéo et de nombreux modules consacrés à la pratique du journalisme numérique et aux outils du Web.

7, rue des Petites-Écuries, 75010 Paris
Tél. : **01 53 24 68 68**
Fax : **01 53 24 68 88**
Contact : **cfd@emi-cfd.com**

www.emi-cfd.com

emi

emi

emi

Catalogue, mode d'emploi

Chacune des filières de l'emi vous propose une offre complète de formation, de l'initiation à la maîtrise d'un métier.
Le sommaire général ci-contre vous permet de retrouver directement la formation ou le stage de votre choix. Vous retrouverez l'intégralité de l'offre de formation de l'emi classée dans l'ordre suivant : les formations qualifiantes, les cours du soir, les cycles d'août et les stages de perfectionnement.
Des pastilles de couleur vous permettront d'identifier la filière à laquelle est attaché chaque module.

Conditions tarifaires
Le tarif salarié s'applique à toute inscription bénéficiant d'un financement d'entreprise ou d'un organisme collecteur, dans le cadre d'un plan de formation, d'un congé individuel de formation, d'un CIF CDI ou CDD ou d'un DIF. Pour les formations faisant l'objet d'un marché avec le conseil régional d'Île-de-France ou de tout autre financement public, des conditions spéciales sont proposées. Nous consulter. Le tarif financement individuel est strictement réservé aux personnes qui prennent en charge entièrement leur formation. Des facilités de paiement leur sont proposées. Nous consulter : cfd@emi-cfd.com.

Conditions générales
L'emi se réserve le droit de modifier les conditions générales de ce catalogue, ainsi que les tarifs et contenus des cours. L'emi se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session à une date ultérieure, sans frais, si les conditions nécessaires au bon déroulement de la formation ne sont pas réunies.

Mode d'emploi

La form'action sur mesure 4

Éditoriaux
Jean Stern, directeur pédagogique 6
François Longérinas, président-directeur général 7

Parcours qualifiants

Journalisme
Journaliste rédacteur bimédia 12
Secrétaire de rédaction bimédia 14

Multimédia
Responsable éditorial de site Web 18

Photo
Photojournaliste 22
Éditeur d'images bimédia 24

Vidéo
Journaliste vidéo multimédia 28

Graphisme
Graphiste plurimédia 32

Édition
Secrétaire d'édition-Editeur 36

Stages de professionnalisation
Stage de rédaction multimédia 40
Stage d'édition multimédia 41
Stage de journalisme vidéo 42
Stage d'iconographie multimédia 43
Correction et réécriture 44
Web design : méthodes et outils de conception 45

Stages de perfectionnement

Concevoir
Organiser et assurer la rédaction d'un site Web 48
Piloter un projet d'information pour le Web 49
Culture Web – Usages et pratiques 50
Culture Web design – Usages et pratiques 50
Refondre un site et l'enrichir 50
Concevoir graphiquement un site Web et son protocole 51
Organiser une équipe bimédia 51
Concevoir, réaliser et diffuser une newsletter 52
Positionner et lancer une Web TV 52
Vendre de l'espace en ligne 53
Assurer la notoriété d'un site Web 53
Fidéliser les visiteurs d'un site Web 53
L'animation marketing d'un site Web 53
Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing 54
Créer et animer un réseau social pour son organisation 54
Concevoir un livre numérique 55
Concevoir et piloter un projet éditorial 55
Promouvoir un livre en ligne 55

Écrire
Écrire et traiter l'information pour le Web 56
Rédiger et animer son blog 57
Méthodologie de veille sur Internet 58
Mettre en place une veille collaborative avec les technologies 2.0 58
Twitter pour les journalistes 59
Le journaliste et animateur de conversation 59
Concevoir (A) et réaliser (B) un récit multimédia 60
Prendre, monter et éditer du son pour le Web 60
Les fondamentaux de la réalisation vidéo pour le Web 61
Les techniques de l'interview vidéo 61
Comment concevoir un diaporama 62
Concevoir et piloter un projet de court métrage photographique pour le Web 62
Savoir mener une interview 62
Écrire pour être lu (niveau I) 63
Écrire pour être lu (niveau II) 63
Apprendre à écrire court et dense 63
Comment renouveler ses angles 64
Les techniques de l'écriture magazine 64
Les bases de la stylistique 64
Savoir réaliser une photo de presse 65
Savoir réaliser un portrait en photo 65
Comment photographier pour la communication d'entreprise 65

Éditer
L'édition et le SR pour le multimédia 66
Titrer pour être mieux référencé 67
Les bases du secrétariat de rédaction 68
L'édition et le SR en magazine 68
Comment améliorer sa titraille 69
Créer une infographie simple pour le Web 69
Les méthodes de correction 70
Objectif zéro faute 70
Les principes de la réécriture 70
Les règles de la maquette Web 71
Les règles de la maquette papier 71
Les bases de la typographie print et Web 71
Les techniques de l'iconographie 72
Comment réaliser son book en ligne 72
Mieux utiliser la lumière en photo 72
Les clés du compte d'exploitation pour une structure éditoriale 73
Les cessions de droits éditoriaux 73
Les marchés du livre à l'étranger 73

Pratiquer
S'initier au logiciel DreamWeaver (niveau I) 74
Maîtriser le logiciel DreamWeaver (niveau II) 75
S'initier au logiciel Flash (niveau I) 76
Maîtriser le logiciel Flash (niveau II) 76
S'initier à Photoshop pour le Web 76
Mieux archiver ses données sur le Web 77
Comment gérer l'intégration vidéo de son site 77
S'initier au logiciel Photoshop (niveau I) 78
Maîtriser le logiciel Photoshop (niveau II) 78
Photoshop pour illustrateurs 78
S'initier au logiciel InDesign (niveau I) 79
Maîtriser le logiciel InDesign (niveau II) 79
S'initier au logiciel XPress (niveau I) 80
Maîtriser le logiciel XPress (niveau II) 80
Mieux maîtriser l'usage de ProLexis 81
La gestion des modifications sur Acrobat Pro 81
S'initier au logiciel Illustrator 81
S'initier au logiciel Premiere Pro 82
S'initier au logiciel After Effects 82
S'initier au logiciel Final Cut Pro 83
After Effects pour les graphistes 83
Photoshop pour les photographes 84
Lightroom (la chambre noire numérique) 84
La gestion d'une photothèque (Expression Media et Fotostation) 84
Construire un thésaurus 85
Gérer son fonds d'images 85
S'initier au logiciel Aperture 86
Gérer des fichiers RAW 86
Gérer des images numériques 86
Le droit à l'image et les droits de l'image 87
Vendre ses photos en ligne 87
L'anglais pour les éditeurs 87

Les cours du soir 88

Les cycles d'août 90

Formation à la correction à distance 91

Notre équipe 92
Bulletin d'inscription 95
Calendrier détachable

emi

Mode d'emploi

Construire un projet professionnel, découvrir et apprendre un métier, élargir ses compétences multimédias : chacune des filières de l'emi propose une offre complète de formation, de l'initiation à la maîtrise d'un métier. Pour mieux les découvrir, suivez le guide !

LES PARCOURS QUALIFIANTS

Pour devenir journaliste, photographe, vidéaste, secrétaire de rédaction, responsable de site Web, graphiste, éditeur, nos parcours qualifiants permettent d'acquérir les compétences et la pratique de nos métiers de l'information. D'une durée de quatre à neuf mois, ces stages intensifs ont pour objectif de professionnaliser vos projets. Les formations de secrétaire de rédaction et de graphiste sont d'ailleurs diplômantes, celles de journaliste, de photographe et d'éditeur le seront prochainement.

Lire pages 8 à 37

LES STAGES DE PROFESSIONNALISATION

D'une durée de 120 heures, soit quatre semaines, à 310 heures, ces stages sont destinés aux professionnels désirant approfondir leurs compétences, notamment autour du multimédia. Pour les rédacteurs, les secrétaires de rédaction, les iconographes et les graphistes, ces formations permettent de mieux appréhender les techniques spécifiques du Web. Une autre formation est consacrée au journalisme vidéo, tandis que la formation « Correction » permet d'acquérir des méthodes de relecture et de réécriture, sur le papier comme sur le Web.

Lire pages 38 à 45

LES STAGES DE PERFECTIONNEMENT COURTS

Nos métiers, leurs techniques, leurs pratiques, les outils évoluent sans cesse. Nous vous proposons plus d'une centaine de stages professionnels de courte durée – dont de nombreuses nouveautés pour 2009 –, axés sur la compréhension et l'usage des nouveaux médias numériques. Classés en quatre sous-rubriques, « Concevoir », « Écrire » « Éditer » et enfin pratiquer les « Outils », ces stages permettent à la fois de se mettre à niveau et d'élargir ses compétences.

Lire pages 48 à 84

LES COURS DU SOIR

Pour vous initier à un métier ou développer une nouvelle compétence, l'emi a mis en place des cycles de cours du soir afin que chacun puisse bénéficier d'un accès à la professionnalisation. Consacrés notamment aux techniques de base du journalisme, à la correction et à la stylistique, ces cycles permettent de se doter de solides bases, car ils comprennent de nombreux exercices pratiques.

Lire page 88

LES CYCLES D'AOÛT

Étoffer ses compétences ou découvrir un métier : telle est la vocation de nos ateliers d'août, conçus pour entrer dans un processus de professionnalisation rapide et efficace. Initiation à la rédaction, au secrétariat de rédaction, à la photo de presse, aux outils de la PAO et du Web et à l'écriture vidéo.

Lire page 90

NOUVEAU : LA FORMATION À DISTANCE

Pour la première fois en 2010, l'emi lance une formation à distance, afin d'acquérir des méthodes de relecture et de correction de textes écrits en vue de publication sur support papier ou électronique. Cette formation alternera des cours théoriques et de nombreux exercices pratiques.

Lire page 91

LA FORM'ACTION ET LE SUR MESURE

Chaque entreprise a son histoire, son organisation, ses pratiques. Avec ce concept, l'emi propose des formations sur mesure adaptées à votre rythme, à suivre à l'école ou sur site. Les équipes trouvent une réponse personnalisée à leurs besoins d'accompagnement et de suivi. Cette année, plusieurs dizaines d'entreprises de presse et de communication – dont *Le Monde*, *Le Figaro*, *L'Équipe*, *L'Humanité*, *Le Courrier picard*, les groupes Lagardère, Bayard, Mondadori et Prisma, les magazines *Télérama*, *Le Film français*, *Moto Mag*, mais aussi l'Onisep, Météo France, Paris Musées – ont construit avec nous des programmes de formations spécifiques, concernant pour certains plusieurs centaines de salariés, et pour d'autres… un seul !

Lire pages 4 et 5

Professionnalisation, perfectionnement, initiation : la réussite de votre projet passe par une réponse personnalisée. Avec la « form'action », l'emi élabore avec vous des contenus sur mesure.

La «form'action» sur mesure

L'organisation des rédactions et des entreprises de communication nécessite souvent des formations spécifiques. Après évaluation de vos besoins, notre réseau de professionnels pourra répondre à des problématiques extrêmement variées : accompagner une phase de développement, rendre vos équipes pleinement opérationnelles, assurer en temps voulu la réalisation de vos projets.
À partir de nos modules de formation, nous construisons ensemble un parcours selon votre rythme et vos contraintes. L'emi accompagne également vos équipes dans la phase de production et les suit jusqu'à autonomie complète.

Mettre en œuvre une « form'action »

Tous nos modules de formation peuvent donner lieu à des stages sur mesure, sur site ou à l'emi. Nous étudions votre demande afin de vous proposer un plan de formation individualisé.

Contacts :
Fidel Navamuel :
01 53 24 68 78
fidel.navamuel@emi-cfd.com

Sandrine Goujon :
01 53 24 68 76
sandrine.goujon@emi-cfd.com

Ils nous ont fait confiance en 2009

Télérama
Après une première phase en 2008 consacrée à l'appropriation de la culture Web et à l'articulation des sujets entre l'hebdomadaire culturel et de télévision et son site, l'emi a poursuivi sa collaboration avec les rédactions (print et Web) du journal lors d'ateliers pratiques consacrés à l'apprentissage de la vidéo et de la prise de son ainsi qu'à l'organisation des contenus sur le site telerama.fr.

Météo France
L'emi a mené une action au long cours avec Météo France. Tout d'abord, une étude sur la mise en place d'une production vidéo a été réalisée. Puis, l'école a assuré le conseil et l'installation du studio vidéo ainsi que la formation à la caméra d'une vingtaine de prévisionnistes. Le studio est aujourd'hui pleinement fonctionnel, et la production des modules vidéo a commencé. Météo France a ainsi pu répondre très vite à la demande d'un client extérieur.

L'Équipe
Afin de répondre aux besoins de formation du personnel du desk photo du quotidien sportif *L'Équipe*, nous avons conçu un programme d'iconographie autour de trois axes : culture de la photo en presse, techniques de documentation, travail sur un projet personnel. Par groupes de deux, les salariés ont suivi un stage de quatre semaines afin d'approfondir leurs connaissances iconographiques. À partir des fonds photo extraordinaires du journal, les stagiaires ont mené un projet personnel pour mettre en pratique leur sensibilité à la valeur de l'image.

Onisep
Le grand spécialiste de l'information sur les métiers et les formations poursuit l'évolution des contenus et de l'ergonomie de son site Web. Un cycle spécifique a été mis au point autour des notions de pilotage d'un projet éditorial en 2008. Il a été complété par des formations d'écriture pour le Web et de pratique sur l'articulation des contenus entre les catalogues papier de l'Onisep et le site Web, pour le département Pédagogie et Médiation de l'information.

Le Courrier picard
Le quotidien publié à Amiens a fait appel à l'emi pour deux programmes spécifiques. Le premier a été consacré aux techniques de réécriture et à la construction des papiers, le second, dédié aux photographes du journal, a été consacré aux spécificités du logiciel Photoshop en usage quotidien pour le traitement des images numériques.

Campagne Décoration
L'un des principaux magazines de décoration du groupe Lagardère Active souhaitait enrichir la pratique de sa secrétaire de rédaction, en charge de la mise en forme de ce journal haut de gamme. Un programme spécifique balayant tous les aspects du métier de SR (organisation, réécriture, titraille...) a été mis au point, à raison d'une journée par semaine pendant six mois. De nombreux exercices pratiques autour des contenus du journal ont permis à la formation de proposer une mise à niveau très concrète.

L'Humanité
Dans le cadre de la préparation de sa nouvelle formule, le quotidien a décidé de faire évoluer l'une de ses SR-maquettistes vers le poste nouvellement créé à *L'Humanité* de directrice artistique. En collaboration avec le directeur artistique de *L'Humanité Dimanche*, un programme spécifique d'analyse et d'appropriation des cultures de la presse et du graphisme a été mis au point sur trois semaines. Programme conclu par un projet de création de presse mené par la stagiaire, et soumis à un jury professionnel.

Le Film français
La rédaction de l'hebdomadaire professionnel *Le Film français* (groupe Mondadori) a sollicité l'emi pour l'accompagner dans son basculement vers la culture numérique afin de maîtriser le contexte concurrentiel dans lequel elle va travailler demain. Après une session de cadrage sur les problématiques print/Web et une revue de détail des outils 2.0 utiles aux journalistes, les équipes ont suivi des modules pratiques sur l'écriture Web, le son et la vidéo. Ce parcours, d'une durée de dix jours, aura permis à chaque journaliste d'acquérir les réflexes multimédias et l'autonomie nécessaire à l'environnement du Web.

Lejourduseigneur.com
Une équipe du lejourduseigneur.com a suivi un stage consacré à la stratégie éditoriale et à la mise en forme de sa Web TV, dont une partie a été réservée à la refonte de la newsletter du Jour du Seigneur. L'équipe a pu ainsi mettre en pratique ses connaissances en temps réel. D'un rythme hebdomadaire, la newsletter doit devenir bihebdomadaire en septembre 2009. Elle a l'ambition de devenir l'une des principales portes d'accès au site.

Modes et Travaux
Le célèbre mensuel féminin pratique (« cela me plaît, je le fais ») souhaitait doter sa rédaction d'un outil simple, pour permettre un dialogue interactif avec ses lectrices. L'emi a donc formé une partie de la rédaction à la pratique du blog, aussi bien technique que rédactionnelle. Et, au terme de la formation, le blog était en ligne, sur modesetravaux.fr.

La révolution des contenus

Jean Stern,
directeur pédagogique

La page d'accueil du site

Le portail des blogs

Le magazine « papier»

Un des quotidiens en affiche

Le multimédia est une révolution. Couplée à la crise économique et aux difficultés de diffusion déjà anciennes des journaux dans les principaux pays occidentaux, cette révolution pourrait tourner à ce qu'un observateur attentif de la planète média, Eric Scherer, directeur stratégie et relations extérieures de l'AFP, qualifie de « médiapocalypse ».

La longue liste des journaux fermés (plusieurs quotidiens ces derniers mois aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Espagne), le recul persistant des investissements publicitaires dans la presse, l'importance des plans sociaux, la précarisation accentuée des statuts professionnels, laissent craindre un avenir sombre aux médias.

Il n'en est pourtant rien.

D'abord parce que les journaux « papier », tout comme d'ailleurs les sites Web, explorent de nouveaux modèles économiques. Et surtout, outre la véritable explosion des réseaux sociaux, jamais les contenus imaginés, édités et publiés par la presse en ligne n'ont été aussi passionnants que depuis début 2009. Le travail à la fois créatif et collectif autour du texte, du son, de l'image fixe et animée ; le partage de la création sur le Web avec des graphistes, des éditeurs spécialisés, des développeurs font que la révolution des contenus permet d'inventer de nouveaux langages et de renouveler le journalisme dans ce qu'il a de meilleur, l'exigence de qualité.

Cela n'enlève rien, bien au contraire, à la pertinence des points de vue individuels. Plus que jamais l'enquête, le reportage, l'angle, la qualité de l'écriture, le soin apporté à la mise en forme feront la différence entre les flux d'information, accessibles désormais partout et de partout, (notamment avec la forte croissance de l'Internet mobile) et les sites de référence, où les internautes iront chercher des regards pertinents et de l'intelligence collective.

Qu'il s'agisse d'écrire, de photographier, d'enregistrer, de filmer, de relire, de titrer, de mettre en forme, de maquetter, de corriger : l'exigence doit plus que jamais être au cœur de nos métiers de l'information.

Elle est déjà au centre de nos formations.

Un exemple ? Comme chaque année, les stagiaires de nos groupes secrétaires de rédaction, photographes, graphistes et éditeurs ont réalisé au printemps 2009 un « projet-école » en commun. Autour du Salon du livre de Paris, dont l'invité était le Mexique, nos stagiaires ont dans un premier temps alimenté en direct quatre blogs thématiques et édité plusieurs journaux muraux quotidiens. Puis ils ont travaillé sur un site thématique et un magazine papier. Cette opération en deux tempos, le « chaud » et le « froid », a mobilisé plus de 80 stagiaires et une quinzaine de formateurs. Je les en remercie chaleureusement, car, et vous le comprendrez en allant voir le site medialivre.info, cet exercice collectif a rendu les enjeux du multimédia simples aux yeux de tous : d'abord travailler l'information pour la rendre intelligible aux lecteurs, sur le Web comme sur le papier, dans un monde toujours plus complexe.

Avec exigence, passion mais aussi plaisir.

Vous d'abord

François Longérinas,
président-directeur général

L'engagement dans un projet de formation est souvent une décision importante dans un parcours professionnel. Qu'il s'agisse de choisir un (nouveau) métier ou d'acquérir des compétences pour évoluer et franchir des étapes, il importe, pour chacun, de mesurer au préalable si l'on est « prêt » à se lancer dans l'aventure.

C'est une affaire de confiance. Confiance en soi-même tout d'abord, puisqu'il s'agit d'accepter des remises en cause, tout en étant convaincu de la pertinence de ses choix d'orientation.

Confiance en l'école dont l'équipe va vous transmettre les usages et les arcanes d'un univers que vous ne maîtrisez sans doute pas bien.

Confiance en ses costagiaires, collègues, futurs confrères et consœurs, avec lesquels on enrichit son réseau professionnel, terreau d'une mutation réussie.

Pour accompagner votre démarche, l'emi a mis en place un accompagnement personnalisé. Dès que votre projet commence à germer, prenez contact avec nos conseillers. Ils sauront vous orienter sur vos objectifs et leur réalisation. Assistez à l'une de nos portes ouvertes mensuelles, vous y rencontrerez nos formateurs. Vous y comprendrez notre ambition de vous faire partager notre « bien commun », cette possibilité d'exercer un métier que l'on a choisi et de défendre le droit à une information libre et indépendante.

Ces rencontres sont l'occasion de vérifier avec vous si l'offre de notre école peut vous convenir et si votre projet est à maturité pour envisager votre entrée dans une formation.

Nous aurons ainsi établi de bonnes bases pour que vous soyez pleinement acteur de votre stage, qui sera alors non seulement un lieu d'apprentissage de nouvelles techniques, mais aussi le moyen d'endosser la posture professionnelle qui sera la vôtre à l'issue de celui-ci.

De notre côté, nous attendons de nos élèves qu'ils s'engagent dans la vie de leur groupe, pour quelques jours ou plusieurs mois. Dans le respect de chacun. Apprendre est un processus d'échanges et n'est pas réductible à une relation maître-élève à sens unique. Nous ne souhaitons pas être face à des stagiaires consommateurs de formations, mais acteurs de leur destin.

Nous sommes convaincus que la coopération lucide et sereine est plus efficace que la compétition pour que chaque individu trouve sa voie dans un monde dans lequel les mutations sont brutales et parfois violentes. Nous pouvons le faire ensemble.

emi

Journalisme
Multimédia
Vidéo
Photo
Graphisme
Édition

Apprendre un métier en suivant l'un de nos parcours

qualifiants

Pour permettre à ses candidats d'évoluer dans l'univers de la presse, de l'édition, de la communication et du Web, l'emi propose plusieurs stages qualifiants d'une durée de quatre à huit mois. Les formations de secrétaire de rédaction et de graphiste sont diplômantes. Tous nos enseignements sont désormais multimédias : les stagiaires travaillent donc sur différents supports.

Journalisme

Réseaux sociaux et outils de partage bouleversent le rapport à l'information. Par son travail d'enquête, de vérification, de mise en perspective, le journaliste est plus utile que jamais dans cet univers mouvant… à condition de s'adapter à la nouvelle donne et de s'approprier ces nouveaux outils.

Devenir un acteur de l'information

En 1454, du côté de Mayence, en Allemagne, naît l'imprimerie. Le succès est immédiat. L'invention de Gutenberg se répand dans toute l'Europe comme une traînée de poudre. C'est une révolution économique, technique, culturelle, intellectuelle.
Les textes seront désormais diffusés massivement, nourrissant les débats d'idées et la vie publique.
Ce phénomène permet l'émergence de nouveaux modes d'expression comme le roman, et ouvre la voie à une manière d'informer inédite : la presse écrite.
Aujourd'hui, le paysage se redessine de nouveau sous l'impact de la révolution numérique. Le rythme en est tout aussi vertigineux. Depuis la naissance d'Internet jusqu'au tournant des années 1990, chaque décennie est marquée par un ou plusieurs changements majeurs : World Wide Web il y a un peu plus d'un quart de siècle, Google il y a dix ans, Facebook il y a six ans, Twitter il y a quatre ans… et cette évolution va en s'accélérant.
Son impact sur le journalisme est considérable. L'équilibre économique des médias est bouleversé. Les réseaux sociaux et les nouveaux outils de partage brouillent les frontières entre le grand public et les journalistes professionnels. Quel est le rôle de chacun lorsqu'il est possible de diffuser immédiatement la photo et la vidéo d'un événement à partir de son téléphone portable, par exemple ?
Pour autant, tout n'est pas à reconstruire, et l'on aurait tort d'enterrer le journalisme. Il est, bien au contraire, plus que jamais nécessaire. Par son travail de vérification, de recoupement, d'explication, de mise en perspective, par son éthique, le journaliste offre des repères au sein de l'univers mobile dans lequel circule désormais l'information et qui en manque cruellement.
Partant de ces constats, nous construisons et faisons évoluer en permanence nos formations à partir de deux idées-force :
– conserver ce qui a fait (et fait toujours) la force et la qualité du journalisme ;
– s'adapter en permanence au progrès des outils techniques sans céder aux effets de mode, mais aussi faire évoluer la conception de l'information.
C'est à nos yeux, pour tous ceux qui suivent nos formations, le moyen de vivre la période actuelle en tant qu'acteurs et non comme de simples spectateurs.

Marc Mentré

Marc Mentré
Journaliste social, formé à l'École supérieure de journalisme (ESJ) de Lille, travaille depuis plus de trente ans dans la presse. Longtemps rédacteur en chef, il a ensuite été journaliste pigiste pendant dix ans, notamment pour la presse quotidienne régionale. Depuis plusieurs années, il est responsable de la filière journalisme à l'emi. Il est membre du jury du Prix des assises du journalisme.

Filière journalisme, mode d'emploi

La filière journalisme est organisée pour répondre à l'ensemble des besoins de formation. Deux parcours qualifiants présentés dans les pages suivantes – journaliste rédacteur et secrétaire de rédaction – s'adressent en priorité à ceux qui souhaitent apprendre un métier. Ces formations sont toutes deux « bimédias », c'est-à-dire qu'elles préparent à travailler indifféremment pour le papier ou le Web. Des modules d'approfondissement d'une durée de 120 heures ainsi que des modules courts permettent aux professionnels de se perfectionner, notamment sur le son, l'image, et plus généralement l'Internet. L'ensemble de ces modules, complétés par ceux d'autres filières, peut s'articuler pour élaborer des parcours individuels. Enfin, les cours du soir constituent autant d'itinéraires d'initiation ou de perfectionnement.

L'emi, laboratoire du journalisme de demain

Anticiper les changements à venir, comprendre les tendances émergentes, réfléchir aux modes de travail… une gageure qui exige de s'être doté des outils de décryptage et d'analyse indispensables à la compréhension de cet environnement en pleine mutation. Cette veille permanente nous permet de construire des parcours qualifiants pertinents et d'offrir aux professionnels en activité la maîtrise des nouveaux outils de l'information.

Une synergie entre différents métiers

Le journalisme d'aujourd'hui et de demain ne peut plus être « monomédia » – presse écrite, radio, télévision – mais se doit d'être multimédia, fusionnant dans un nouveau mode narratif le texte, le son, la photo, la vidéo, l'infographie… Cela demande aux journalistes professionnels de nouvelles compétences, qui viennent s'ajouter aux anciennes : capacité à vérifier l'information, à la synthétiser, etc.

L'impact des réseaux sociaux

Chaque jour, Facebook compte 500 000 nouveaux utilisateurs. Twitter est sur la même courbe de croissance exponentielle. Phénomènes de masse, les réseaux sociaux sont devenus en quelques années des outils indispensables aux journalistes. Ce sont autant de sources nouvelles d'information qu'il leur faut apprendre à maîtriser et à utliser, et de nouveaux modes de diffusion dont ils doivent explorer toutes les potentialités.

Journalisme

Journaliste rédacteur bimédia

Du 1er septembre 2010 au 22 avril 2011

Parcours complet : 965 heures dont 720 au centre et 245 en entreprise

OBJECTIF

Le journaliste est celui qui sait trouver l'information, ce qui implique des qualités d'observation, une grande curiosité et une solide culture générale. Il doit aussi être capable de gérer une masse considérable de documents écrits (dépêches d'agence, communiqués et dossiers de presse, rapports, etc.) et multimédias, ainsi que des sources diverses ; ce doit être un bon reporter de terrain, un intervieweur aguerri et un enquêteur tenace. Il lui faut ensuite restituer cette information à l'heure et dans le format (texte, son, image ou mixte) demandés. Le parcours de journaliste rédacteur est organisé pour former des professionnels capables de maîtriser la recherche et le traitement de l'information tels qu'ils sont pratiqués aujourd'hui dans les rédactions des quotidiens et des magazines, ainsi que sur les sites, qu'ils soient de presse ou *pure players*. La formation est centrée sur l'apprentissage des techniques propres au journalisme (rédaction, interview, reportage, enquête) et des outils indispensables à l'exercice de la profession (logiciels de PAO, montage son numérique). L'enseignement, assuré par des professionnels en activité, est également destiné à transmettre une attitude et un état d'esprit exigeants face à l'information et adaptés à ses enjeux actuels.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Culture du métier

Histoire de la presse et culture générale du Web, culture de l'image, environnement professionnel et acteurs de la presse, grands principes économiques, institutions européennes.

2 - a) Techniques de base

Le travail de desk, l'écriture, les genres journalistiques : brève, synthèse, mouture, compte-rendu, interview, reportage, portrait.

2 - b) Les sources

Organiser sa recherche d'informations, recouper ses sources, les protéger ; gérer ses archives, sa documentation, son carnet d'adresses, savoir utiliser Internet.

3 - a) Secrétariat de rédaction

Les niveaux de lecture, les titres, les chapeaux, les intertitres, les accroches, les légendes, la réécriture, les coupes et corrections, apprentissage d'InDesign.

3 - b) Qualité de la langue française

Grammaire, stylistique ; les principes de la vulgarisation.

4 - L'enquête

Trouver un sujet ; préparation, documentation, choix de l'angle, construire un plan ; la rédaction, l'écriture magazine.
Réalisation d'une enquête.
Encadrement par petits groupes assuré par des journalistes expérimentés.

5 - Droit et déontologie

Droit de la presse, droits et devoirs des journalistes, la carte de presse, éthique et déontologie de la profession.

6 - La commercialisation

La pige ; connaître le marché ; le synopsis ; savoir contacter une rédaction, la rémunération, etc.

7 - La photo

Les principes de la photo numérique (pour le papier et l'Internet), la composition de l'image, la prise de vues.

8 - Le son sur le Web

Le journalisme radio orienté vers le Web : micro, interview, reportage, montage numérique ; installer un son dans une page Web ; le podcast.

9 - La vidéo sur le Web

Le journalisme vidéo orienté pour le Web : le plateau, l'interview, le reportage, le commentaire sur images, la prise en main de la caméra, le cadrage, le montage.

10 - Le journalisme Web

La logique de l'information multimédia, les principes de l'écriture Web, le reportage et l'interview multimédia.

11 - Formation bimédia

Réalisation d'un site d'information et d'un hebdomadaire papier.

12 - Stage pratique en rédaction

Spécialisation

Un module de spécialisation au journalisme vidéo peut être ajouté à la fin de ce parcours.
Nous consulter.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Un entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique permet de valider le projet de chacun et d'élaborer un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une culture générale solide, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques et des dispositions pour le travail en équipe. Le niveau demandé est bac + 3.
La maîtrise de langues étrangères (en particulier l'anglais) est un plus.

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'Internet.
Logiciels : InDesign, Photoshop, éditeurs HTML, SPIP.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.
Caméras Sony PD 170, HDV Z1 ou V1.
Logiciels de montage Final Cut Pro ou Premiere Pro au choix.
Pour la lumière : mandarines, fluos, blondes, boules chinoises.
Pour la prise de son : micros-cravates, HF, canons ou mains.

Tarif salarié :
12 250 euros HT

Financement individuel :
6 600 euros TTC

Journalisme

Secrétaire de rédaction bimédia

Du 1er septembre 2010 au 22 avril 2011

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II)

Parcours complet : 955 heures dont 780 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Le SR est l'un des personnages pivots d'un journal, qu'il soit quotidien ou magazine. Avec la formidable mutation que connaît l'Internet, le parcours de secrétaire de rédaction bimédia est donc conçu pour former des professionnels capables de maîtriser l'ensemble de la chaîne de fabrication des journaux, quotidiens ou magazines, et de réaliser l'editing de sites de presse. Aujourd'hui, l'exercice de ce métier exigeant requiert une excellente culture générale, une connaissance approfondie de l'univers des médias, de réelles qualités d'écriture et d'orthographe, de bonnes capacités d'organisation, ainsi que l'aptitude à travailler en équipe. Les secrétaires de rédaction doivent aussi connaître sur le bout des doigts les logiciels actuels de mise en pages, être dotés de solides notions de fabrication et pouvoir travailler dans un environnement plurimédia où se mêlent le texte, le son et l'image.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Techniques de base du journalisme, travail des sources sur Internet, rédaction informatisée, grammaire et correction, initiation à la PAO.

2 - Culture du métier

Histoire de la presse et culture générale du Web, culture de l'image, environnement professionnel et acteurs de la presse, grands principes économiques, institutions européennes.

3 - Édition de presse

Niveaux de lecture, titraille (surtitre, titre, chapeau, accroche, intertitre, légende), édition d'une séquence de quotidien et de magazine (traitement rédactionnel, graphique, photographique et infographique). Style, adaptation au support ou au genre journalistique.

4 - Droit et déontologie

Droit de la presse, droits et devoirs des journalistes, la carte de presse, éthique et déontologie de la profession.

5 - Maquette

Typographie, mise en pages (gabarit, calibrage, modules). Déclinaison d'une maquette de presse, travail de recherche iconographique.

6 - Correction

Code typographique, protocoles de relecture, réécriture.

7 - PAO

Mise en pages sur écran : apprentissage d'InDesign et de Photoshop, emploi des fichiers PDF, systèmes rédactionnels de réalisation et de production.

8 - Fabrication

Chemin de fer, planning, chaîne graphique, circuit de fabrication, procédés d'impression, papier, encre, imposition, trames, photogravure.

9 - Éditer dans un environnement plurimédia

La lecture sur le Web ; la conception de l'information sur le Web, l'infographie, éditer et mettre en forme le texte pour Internet ; éditer le son, éditer la vidéo, gérer et valider les liens, éditer les mix numériques, éditer les portfolios, créer et valoriser des niveaux de lecture Web ; piloter et organiser le flux des contenus.

10 - Travaux pratiques

En temps réel, encadrés par des rédacteurs en chef techniques, premiers secrétaires de rédaction et secrétaires de rédaction en poste dans des quotidiens, des magazines et des sites. Réalisation d'un journal-école, *Médialibre*, et d'un site Web, en collaboration avec les stagiaires graphistes.

11 - Stage pratique en entreprise

Dans une rédaction de la presse quotidienne nationale ou régionale, de la presse périodique ou de la presse en ligne.

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

Spécialisation

Un module de spécialisation de responsable éditorial de site peut être ajouté à la fin de ce parcours. Nous consulter.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Un entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique permet de valider le projet de chacun et d'élaborer un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une culture générale solide, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques
et des dispositions pour le travail en équipe. Journalistes souhaitant se spécialiser.
Le niveau demandé est bac + 3.

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'Internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop, éditeurs HTML, SPIP.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.
Montages vidéo sur Final Cut Pro ou Premiere Pro.

Tarif salarié :
11 950 euros HT

Financement individuel :
6 600 euros TTC

Multimédia

L'usage du Web fait évoluer la manière dont l'information circule. La construction par les internautes de médias personnels oblige les professionnels de l'information à porter un grand soin à la mise en forme et en ligne de leurs sujets.

La valeur de l'information : l'exigence du sens

Internet est aujourd'hui un média d'information et de communication comme les autres. Pour beaucoup, s'informer sur la toile est devenu aussi courant qu'écouter la radio ou regarder le JT. Ce nouvel outil a transformé non seulement les façons d'accéder à l'information, mais aussi les usages qui en sont faits.
Cette révolution demande une attention constante à la mise en situation de l'information et à son rythme de diffusion, et rend incontournable une innovation permanente. La diffusion d'une information fiable, intelligente et exploitable et l'exigence du confort de lecture forgent de nouveaux métiers, indispensables à tout projet de presse en ligne et à l'établissement d'une relation de qualité avec son lectorat. Ces métiers se déploient tout au long de la chaîne du traitement de l'information : détection, qualification, mise en contexte, propagation, échange, contribution, actualisation.
Au cours de ce basculement d'un produit fini (l'article imprimé, le reportage diffusé) vers un processus (alerte, suivi d'un sujet, anticipation d'un événement), les professionnels doivent désormais intégrer deux dimensions nouvelles : le temps et l'interlocuteur.
Pour constituer un contrepoids au flux cacophonique, contradictoire et parfois biaisé de l'information, le professionnel construit son sujet au fil de l'actualité et des échanges avec les internautes. Une véritable co-construction.
Cette évolution est un pas nécessaire vers ce qui est devenu un « service d'information », défi spécifique à la presse en ligne : au travers de ses abonnements aux flux RSS, de ses partages de bookmarks, de ses followers ou de son blog, l'internaute se construit en effet un média personnel.

Jean Sylvestre

Jean Sylvestre
Responsable de la filière multimédia de l'École des métiers de l'information. Consultant pour SDC Conseil et Édition en conception éditoriale de sites Web, il est le maître d'œuvre de projets pour de grandes sociétés et des éditeurs. Il est par ailleurs chargé de cours à l'université Paris IV-Sorbonne.

Filière multimédia, mode d'emploi

La filière Web propose un parcours qualifiant : notre stage de référence « responsable éditorial de site ». De nombreux modules spécialisés s'organisent autour des pôles « conception », « journalisme », « marketing » et « outils ». Enfin, des programmes sur mesure permettent aux journalistes et aux personnels des entreprises de presse et d'information d'approfondir leurs compétences ou d'explorer de nouveaux aspects de la pratique numérique.

Production intégrée

Diffusé depuis plusieurs années sur le Web, un magazine professionnel a choisi de passer au bimédia et de remettre à plat sa chaîne de fabrication et de diffusion. Le but : offrir à ses lecteurs (en grande majorité des abonnés) une gamme complète de services d'information et de formations. Ce chantier, au cœur de l'activité de cet éditeur, a été mené à bien par Pascale Berthault et une ancienne stagiaire de l'emi. Les besoins techniques y ont été abordés sous l'angle du traitement de l'information et du service offert.

Des échéances à ne pas rater

Tous les trois ans, les élections de représentants aux commissions paritaires sont une épreuve de vérité pour les organisations professionnelles. Informer, impliquer, diffuser et rendre compte ont été des objectifs qui ont fait d'un simple site Internet un carrefour d'échanges et de production d'informations et de sujets. Cette plate-forme comprenait bien entendu des textes, mais aussi des reportages vidéo, des interviews radio et des dossiers multimédias.

Un travail en réseau

Cet organisme public, qui travaille en réseau avec des associations luttant contre l'exclusion sociale, s'est ditinguée récemment par son fonctionnement en réseau.
La démarche de conception du site a permis d'intégrer ce mécanisme de collecte de l'information, d'échange, de diffusion et de préparation des colloques très en amont dans la manière de faire circuler l'information. Le site a fluidifié la communication et est devenu un outil de travail à part entière du réseau.

Multimédia

Responsable éditorial de site Web

Du 29 mars au 27 août 2010

Parcours complet : 655 heures dont 480 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Le responsable éditorial Web assure la cohérence du contenu et de la forme du site dont il s'occupe.
Il supervise et fait évoluer la publication en ligne. Il maîtrise les spécificités de la communication interactive et suit l'évolution des techniques multimédias.
Pour mener à bien sa mission, il dispose de deux repères :
– le positionnement du site, c'est-à-dire la promesse qu'il fait à son public et que celui-ci s'attend à voir satisfaite ;
– les formats de l'information : ils doivent fournir des repères de lecture, qui offrent un confort de consultation.
Au cœur de ce cursus se trouvent le sens de l'information,
les moyens de traiter les sujets,
d'en assurer le suivi, l'enrichissement, de combiner les documents multimédias et d'exploiter les moyens d'expression, du texte à la vidéo en passant par l'infographie et les diaporamas.
Ce parcours apprend aux professionnels de la presse et de la communication à maîtriser la conception et le pilotage de leur site. Ils doivent pour cela disposer des méthodes et des outils qui permettent d'organiser l'alimentation du site en cohérence avec ses ambitions, sa promesse et les attentes du public.
Qualité des contenus et services, relation avec les internautes et rythme d'actualisation sont en effet les trois pièces maîtresses d'un site Internet.

PROGRAMME

1 - L'audiovisuel sur le Web

Réalisation de sujets audio et vidéo.
Aspects techniques du traitement et de la mise en ligne de ces composants.
Pratique de logiciels de montage audiovisuel.
Production des composants accompagnant un document audiovisuel.
Réception d'une production.

2 - Culture technique

Quelques grands principes de fonctionnement de l'Internet.
Les caractéristiques techniques d'un site.
Repères sur différents termes et langages (XHTML, CSS, PHP, base de données, JavaScript).
Lire et analyser des statistiques de fréquentation.
Présentation de quelques CMS.
Leur logique de fonctionnement.
Pratique en tant qu'administrateur du CMS SPIP.
Découverte de Drupal.
Comparatif de CMS.

3 - Analyse éditoriale d'un site

Analyse d'un site, de son positionnement, de son mode de traitement de l'information, de son rythme et de la relation avec ses lecteurs.
Analyse de la place des différents dispositifs de communication disponibles et positionnement relatif de moyens Internet.
Application à la création de newsletters associées à un site.

4 – Organiser l'animation d'un site

Les parcours de lecture et les indicateurs caractéristiques de la vie d'un site.
Le choix des formats et leur cycle de vie. La chaîne de production, ses acteurs et ses tâches. Les points de contrôle.
Quel est l'équivalent d'un BAT pour un site en production continue ?
La gestion de l'audience (commentaires, forums, chats, etc.).
S'appuyer sur le traitement de l'information pour faire connaître son site.

5 - Conception éditoriale d'un site

Définition d'une nouvelle rubrique ou d'un nouveau service.
Définition des processus liés au sujet.
Conception éditoriale d'une rubrique événementielle.
Le chemin de fer pour le Web.
Diagnostic préalable à une refonte.
Hébergement. Référencement et syndication.
Suivi de projet de refonte : phases, acteurs, coûts, délais, plannings, appels d'offres.

6 - Projets-école

– Un projet au long cours pour mettre en pratique les acquis de la formation : animation d'un site Web, choix et mise en format, gestion de l'audience ;
– Un projet de conception éditoriale (définition de la refonte, création d'une rubrique événementielle ou d'une newsletter).

7 - Stage pratique en entreprise

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Les tests écrits permettent de vérifier les connaissances du candidat et servent de base aux entretiens individuels, dont l'objet sera l'orientation et la personnalisation des parcours.
Les cours du soir offrent aux personnes souhaitant suivre ce stage la possibilité de se mettre à niveau.

PARTICIPANTS

Compétences requises : une connaissance de l'univers de la presse et de la communication, une expérience de l'écriture journalistique ainsi qu'une première pratique des outils du Web. L'exercice de responsabilités est également utile.

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'Internet.
Logiciels (dernières versions): XPress, InDesign, Illustrator, Photoshop, Flash, DreamWeaver, etc.

Tarif salarié :
9 220 euros HT

Financement individuel :
5 190 euros TTC

Photo

Qu'est-ce qu'une bonne image ? Une esthétique de l'information ? L'événement fait-il la photo ? Une narration multimédia linéaire ou interactive ? Quel sens donner au récit ? L'information, un enjeu démocratique majeur ? Le photojournalisme à la croisée des chemins ?

Photojournalisme 3.0 : les enjeux des nouveaux médias

La crise de la presse aura eu le mérite d'accélérer les initiatives des photojournalistes pour s'emparer du récit média en ligne, le *digital storytelling*. Cette nouvelle forme de journalisme a rencontré son public, mais nous sommes toujours au stade de l'expérimentation. Aujourd'hui, l'information est parfois linéaire, parfois interactive, souvent multiécran... Bref, protéiforme et évolutive. Les petites œuvres multimédias (POM), les Web-reportages ou les documentaires interactifs donnent à voir différemment la photographie, et la transversalité du récit multimédia renforce la démarche journalistique.

Donner plus de sens encore à ses histoires, maîtriser les canaux de diffusion et de production : les mutations qui traversent le métier exigent une réflexion approfondie sur ses enjeux et sur les choix de ses professionnels. Mais il ne faut pas faire de compromis sur la qualité du traitement de l'information. Le photojournaliste doit rester le témoin privilégié de l'histoire, à la fois miroir du monde et acteur de son époque. Fondé sur le réseau, sur les notions d'échange et de partage, de pensée partagée, l'enseignement délivré à l'emi affirme la place, l'apport et le rôle de la photographie d'information dans le panorama de la photographie actuelle et dans les médias. Dans l'esprit d'une « photographie évolutive », nous tenons à développer une vision pluridisciplinaire et à explorer de nouvelles formes de représentation de l'image fixe. Une passerelle entre information et création artistique ? Demain, sans doute. Largement développée aux États-Unis, la pratique de la vidéographie arrive en France. Où va le photojournalisme ? Nul ne sait. Le Web nous a fourni un laboratoire expérimental hors norme, et aujourd'hui se dessine un « photojournalisme 3.0 ».

Wilfrid Estève

Wilfrid Estève
Photojournaliste, il préside l'association FreeLens. Il est également directeur artistique et éditorial du studio de création et de production multimédia Hans Lucas, directeur de la recherche et développement de l'agence photographique MYOP et animateur de la filière photo à l'École des métiers de l'informaton.

Filière photo, mode d'emploi

La filière photo est organisée autour de deux parcours qualifiants, l'un de photojournaliste et l'autre d'iconographe ; de modules de perfectionnement ; d'un itinéraire de découverte en stage d'été au mois d'août ; de conférences et d'ateliers destinés à nourrir la réflexion. Ces formules constituent un ensemble cohérent et permettent de construire des parcours individualisés. Ceux-ci peuvent aussi s'articuler à des modules d'autres filières pour des parcours individuels ou collectifs sur mesure.

Une moisson de prix

Le parcours photo compte parmi ses stagiaires la lauréate 2008 du prix Mark Grosset (Elisabeth Schneider), la lauréate 2007 du prix Visa d'Or Magazine de Visa pour l'image, le festival international de photojournalisme, et du Prix spécial du jury du Festival du scoop et du journalisme d'Angers (Lizzie Sadin), les deux lauréats 2004 et 2002 du prix Kodak de la critique (Julien Daniel et Jérômine Derigny) et le lauréat au World Press Photo en 2001 et 2002 (Julien Daniel).

Éric Bouvet, parrain 2009

Après Larry Towell de Magnum Photos, Olivier Jobard de l'agence de presse Sipa, Marie Dorigny et Patrick Bard de l'agence Signatures, le stage est, en 2009, placé sous le parrainage d'Éric Bouvet de VII Network.
Après des études à l'école Estienne, Éric Bouvet devient, en 1982, reporter photographe à l'agence Keystone. puis, de 1983 à 1990, à l'agence Gamma. En 2007, il rejoint la prestigieuse agence VII. Bien qu'il ait couvert de nombreux conflits internationaux et grands événements, ses deux pays de prédilection restent l'Afghanistan et la Tchétchénie. Éric Bouvet a obtenu de nombreux prix dont un Visa d'Or (2000), le prix du Correspondant de guerre-Bayeux (2000) et plusieurs World Press Photo : 2e prix natures séries (1987) ; 1er prix News features (1990) ; 2e prix Spot news (1991) ; 3e prix News stories (1995).

Photojournalisme.fr s'ouvre au monde

Enfin un site consacré exclusivement au photojournalisme ! Enfin, car si la photo était largement exposée sur le Web à travers d'innombrables sites de photographes et galeries on line, il n'existait pas de lieu d'information et de réflexion sur ce métier. C'est ce vide que comble photojournalisme.fr. « Nous désirons que cette ouverture sur la toile affirme la place, l'apport et le rôle de la photographie d'information dans le débat démocratique », explique Wilfrid Estève, responsable de la filière photo à l'École des métiers de l'information.

http://www.photojournalisme.fr/

Photo

Photojournaliste

Du 2 novembre 2010 au 26 avril 2011

Parcours complet : 710 heures dont 570 au centre et 140 en entreprise

OBJECTIF

Ce stage a pour objectif de permettre aux photographes de prendre conscience des réalités de la profession et de s'insérer sur le marché du photojournalisme (presse, édition, agences de presse et multimédia).
Les aspects du métier sont abordés à travers une pratique intensive des différentes approches photojournalistiques (l'actualité, le magazine, le documentaire, le multimédia).
Pour devenir photojournaliste, il n'existe pas de mode d'emploi... Le but de cette formation n'est pas de théoriser la pratique d'un métier, mais plutôt d'en donner des clés, de proposer des pistes, de jeter les bases d'une réflexion dont chacun devra ensuite s'emparer. La pratique de ce métier ne se résume pas à appuyer sur un déclencheur. C'est être curieux, trouver des idées, un bon angle, une accroche.
C'est aussi se confronter au monde, aux autres, évoluer dans un milieu professionnel dont il faut comprendre les attentes et les règles.
Le stage se déroule dans les conditions réelles d'une rédaction (revue de presse, comité de rédaction, comptes rendus et critiques). Chacun doit traiter un sujet de son choix lié à un phénomène de société, est amené à couvrir des faits d'actualité et à produire collectivement un projet photographique.
Dans le respect du style de chacun, l'enseignement s'attache à transmettre une approche méthodologique des règles du journalisme et un esprit critique.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Initiation aux techniques du journalisme

Le suivi et la hiérarchie des informations, la notion d'angle ; rédaction de brèves et de synthèses, prise de notes sur le terrain, légendes photos.
Comment rédiger un synopsis pour vendre des photos aux agences ?

2 - Culture générale

Les connaissances fondamentales (histoire du photojournalisme, sémiologie, législation, droit de l'image, les enjeux de la culture numérique, etc.) sont dispensées par des spécialistes.
Des représentants de la presse (directeurs de services photo, d'agences et rédacteurs en chef) participent régulièrement.

3 - Conception et gestion de projet culturel et multimédia

Direction artistique, éditoriale et de production.
Recherche de partenaires publics et privés, établissement d'un budget prévisionnel, définition d'un plan prévisionnel de diffusion, techniques de commercialisation.

4 - Édition des sujets

La priorité est donnée à l'apprentissage sur le terrain et à l'analyse régulière des travaux et des conditions dans lesquelles ils ont été effectués.
Les sujets réalisés sont présentés dans les rédactions.
L'aspect commercial, la rentabilité et la mise de fond sont largement évoqués, en parallèle à la pratique courante du photojournalisme.

5 - Ateliers

Les techniques argentiques et numériques.
L'utilisation de la lumière, par Alain Lebacquer. Le portrait, par Olivier Roller.

6 - Traitement numérique de l'image

Les stagiaires bénéficient d'une initiation à la numérisation.

7 - Réalisation de modules Web et vidéo

Intervention de réalisateurs et d'ingénieurs du son pour créer des photoramas, des vidéos pour le Web et des POM, petites œuvres multimédias (module d'information vidéo réalisé uniquement à partir de photographies).
Initiation à la captation sonore, à la scénarisation et au logiciel de montage audiovisuel Final Cut.
Travail en relation avec les stagiaires graphistes et éditeurs de sites Web.

8 - Stage pratique en entreprise

Dans la presse papier ou en ligne, en agence photo, en maazine...

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

Spécialisation

Un module de spécialisation au journalisme vidéo peut être ajouté à la fin de ce parcours.
Nous consulter.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Le recrutement se fait sur examen, en trois parties : culture générale, épreuve pratique, et entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique.

PARTICIPANTS

Les postulants doivent posséder une bonne maîtrise technique de la photographie et un matériel en bon état (composé au minimum d'un boîtier, de trois optiques, d'un flash et d'un pied).

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser et à l'Internet. Scanners Nikon et Agfa. Tables lumineuses.
Logiciels : Photoshop, Expression Media.
Fils AFP textes et photos.

Tarif salarié :
10 900 euros HT

Financement individuel :
7 200 euros TTC

Photo

Éditeur d'images bimédia

Du 2 novembre 2010 au 4 avril 2011

Parcours complet : 620 heures dont 480 en centre et 140 en entreprise

OBJECTIF

Le métier d'iconographe figure parmi ceux qui ont évolué le plus ces dernières années. L'emi a donc entièrement repensé notre formation, rebaptisée « Éditeur d'images bimédia ». L'objectif de la formation est de permettre aux stagiaires d'acquérir les techniques de la recherche documentaire (textes, vidéo, image), de développer son réseau de sources et d'appréhender la gestion des droits d'auteur.
Mais il faut aussi savoir organiser un service photo, scénariser et valoriser un sujet photo, être capable de vendre un projet et maîtriser tous les aspects de la fonction d'éditeur d'images pour la presse, l'édition, le Web et la communication.
Cette formation a été conçue et élaborée en partenariat avec l'ANI (Association nationale des iconographes).

PROGRAMME

1 - Culture et techniques de l'image et de la presse

Histoire de la photographie, analyse et sémiologie de l'image, typologie et fonctions de l'image. Exemples de récits multimédias et analyse des images et des sons. La ligne éditoriale, le sens de lecture, le brief et le rough.Connaître la chaîne graphique et ses interlocuteurs, choisir et briefer un auteur, organiser une production. Les techniques photographiques. Les images numériques, leurs formats et les logiciels Photoshop, Expression Media....

2 - Recherches documentaires et rédaction

Les bases de la recherche documentaire sur Internet et du traitement de l'information.
Les techniques journalistiques : niveaux de lecture, angles...
Les recherches préalables d'un reportage.
L'analyse de l'image et les techniques d'indexation.
La mise à jour d'un thésaurus.
La numérisation et l'organisation d'un fonds.
Le cahier des charges.
Les logiciels d'archivage (FotoStation, etc.).
Les mots-clés.
Préparer une recherche : les priorités, les sources pertinentes, les particularités de la recherche de vidéos ou de sons.
Se constituer et développer son carnet d'adresses.

3 - Gestion et organisation

Acquérir les connaissances de base nécessaires au respect du code de la propriété intellectuelle et du droit à l'image.
Les droits d'auteur, le droit des images, le droit de la presse, les droits dérivés, les statuts des photographes et des iconographes.
Les contrats. Les piges et les tarifs, le budget d'un reportage, d'une exposition...

4 - Mettre en scène, éditer, scénariser

L'editing, l'ordonnancement des photos.
Le rythme des images selon le support de diffusion : presse, expo, livre, Web, book...
Les logiciels d'editing : Graphic Converter, Expression Media...
Scénariser les images pour le Web : diaporama, POM. Bâtir une architecture sonore comme scénario.
Le montage : ses enjeux et les logiciels Final Cut, Premiere...
Le diaporama, la mise en conformité des images pour le montage.
Mettre en place un projet d'exposition.

5 - Vendre et négocier

Présenter ses images aux décisionnaires (directeurs artistiques, rédacteurs en chef, clients, etc.).
Chiffrer, rédiger et présenter un projet photographique pour un prix, une subvention, une galerie, un festival, une institution, etc.
Appréhender les enjeux de l'agent de photographe pour la communication d'entreprise et à la presse, cibler les clients potentiels, décrocher un rendez-vous, comprendre et connaître les besoins des clients, établir un devis, répondre au brief...
Créer son réseau et savoir se vendre.

6 - Stage pratique en entreprise

Dans la presse papier ou en ligne, en agence photo, en maazine...

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

Spécialisation

Un module de spécialisation au journalisme vidéo peut être ajouté à la fin de ce parcours.
Nous consulter.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du secteur de l'édition, son aptitude à l'exercer.
Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer pour chaque candidat un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Passionnés de photographie possédant une bonne culture générale, documentalistes, journalistes, maquettistes, photographes, historiens de l'art...

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Logiciels de traitement des images : Expression Media, Photoshop, logiciels d'archivage : FotoStation, de montage : Final Cut Pro, Premiere Pro. Accès aux bases de données des principales agences photo et collectifs.
Fils AFP textes et photos.

Tarif salarié :
9 580 euros HT

Financement individuel :
5 950 euros TTC

Vidéo

Créée en 2009, la filière vidéo est la dernière-née des formations proposées par l'emi. L'objectif, à l'heure où l'usage de la vidéo explose sur le Web, est de proposer non seulement des modules courts, mais aussi un parcours professionnel de plus de six mois.

Un regard et un battement de cœur...(*)

Le regard pour le tournage, le battement de cœur pour le montage. L'équation est belle et simple. Quels que soient les moyens ou les supports de diffusion, elle sera toujours la même. La vidéo est un formidable outil pour raconter des histoires, faire vivre l'information... en un mot, pour l'incarner. Mais il n'y a pas de miracle. Faire de la vidéo, c'est apprendre une nouvelle grammaire, une ponctuation inédite, et apprivoiser de nouveaux outils et logiciels.
Internet est un véritable espace de liberté et de créativité. Reste que, trop souvent pauvre sur le plan technique et sans originalité, l'usage de la vidéo n'y est pas encore maîtrisé. Il ne s'agit pas de s'improviser vidéaste et de partir caméra à la main à l'assaut de l'info en espérant rapporter un « vrai » sujet. Pas plus de singer la construction et le formatage des sujets télé. Non.
La révolution se place résolument du côté de l'écriture. Au cœur du récit multimédia, libérée de son carcan télévisuel, la vidéo devient plus souple, plus réactive, plus riche. Tous les analystes s'accordent pour prédire un avenir radieux à l'objet vidéo sur la toile. D'ailleurs, les internautes la plébiscitent. Les visionnages explosent. Chaque semaine, on assiste à la naissance d'un nouvel appareil destiné à faciliter le tournage (même les appareils photos proposent une fonction vidéo), le montage, l'intégration et la mise en pages sur la toile.
La fabrication de reportages, de Web-documentaires et de courts métrages coûte donc de moins en moins cher et devient du même coup de plus en plus accessible. L'heure est à l'hybridation. Même la télévision se doit de revoir ses standards. Les frontières s'estompent. Demain, nous utiliserons un seul écran pour regarder la télévision et surfer sur le Web... Les auteurs, les journalistes, les techniciens doivent s'adapter rapidement à cette nouvelle donne. Nous sommes de ceux qui l'attendons avec enthousiasme. La plus-value offerte par une bonne hiérarchisation de l'information, une bonne interview, un bon reportage ou une belle réalisation fera toujours la différence. Les vidéastes qui exigent une production de qualité pour le Web, le mobile et la télévision sont nourris de cette ambition. Nous sommes heureux de les accompagner.

Laurent Catherine

(*) Jean-Luc Godard

Laurent Catherine est journaliste et réalisateur de documentaires télévisuels. Il a notamment réalisé *Jeunes en prison* pour Canal +, *Léon Blum et la montée des fascismes* pour France 5. Formateur à l'emi depuis de nombreuses années, il est responsable de la filière vidéo depuis janvier 2009.

Vidéo, mode d'emploi

Compte tenu de cette vaste mutation du numérique, une formation aux nouvelles écritures vidéo représente évidemment un atout. Pour tous, la vidéo est devenue une compétence recherchée. Forts de cette expérience, nous avons décidé d'élargir notre offre autour de la vidéo pour le Web et de proposer des formations de qualité. La filière vidéo se compose de trois types de formation :
– des stages de perfectionnement d'une durée de deux à cinq jours (lire à partir de la page 48) ;
– un module de professionnalisation d'une durée de quatre semaines (120 heures) en juin 2010 (page 42);
– un parcours qualifiant d'une durée de 775 heures (dont 175 de stage en entreprise) qui débute en décembre 2009 (pages suivantes).

La qualité d'abord

Le new-yorkais Brian Storm, patron de mediastorm.com, l'un des sites les plus créatifs du Web, déclarait récemment sur RFI : « Nous travaillons en produisant des fichiers de qualité broadcast (pour la télé) et ensuite nous les encodons pour le Web ou pour le téléphone mobile. Je n'ai pas d'émetteur de télé, mais vous pouvez voir nos sujets à la télévision, je n'ai pas d'imprimerie, mais vous pouvez me lire dans 135 pays. Plus personne ne décide maintenant qui a le droit de traiter tel ou tel sujet. Chacun a une voix. Pour des journalistes professionnels, c'est très excitant. Oui, il y a beaucoup de concurrence pour capter l'attention du public. Et le seul moyen de capter cette attention, c'est de produire des sujets de grande qualité. Et d'élever le niveau. »

Un partenariat avec latelelibre.fr

Latelelibre.fr est le partenaire durable et permanent de la filière vidéo de l'emi. Cette Web-télé indépendante créée en 2007 est animée par John Paul Lepers. Grand reporter successivement à France Inter, TF1, France 2, Arte et Canal +, il a réalisé une vingtaine de documentaires dont *Madâme : Impossible conversation*, un portrait de Bernadette Chirac, et, récemment, *C'est ça l'amour ?*, un road-doc diffusé par France 4. Il produit et anime régulièrement des émissions politiques et citoyennes pour La Chaîne parlementaire.

I want my Web TV

Tout le monde rêve de proposer un contenu vidéo original et riche. Sans même parler de grille de programmes, le défi, pour chaque site, est d'offrir aux internautes une navigation simplifiée, une thématisation et un rubriquage des sujets. L'emi a réalisé cette année le projet ambitieux de Météo France : créer son plateau télé et sa chaîne de post-production haute définition, pour proposer à ses clients des bulletins météo comme à la télé. Un challenge pour des ingénieurs néophytes ! L'objectif était de trouver un ton original et des infrastructures à la portée d'amateurs désormais éclairés.

Vidéo

Journaliste vidéo multimédia

Du 2 mars au 29 juillet 2011

Parcours complet : 655 heures, dont 480 heures au centre et 175 heures en entreprise

OBJECTIF

Ce parcours qualifiant, ouvert aux journalistes salariés et indépendants ou aux personnes en recherche d'emploi, délivre le savoir-faire journalistique et la technique indispensable à la réalisation de vidéos. Il offre les compétences nécessaires à la maîtrise de l'ensemble de la chaîne audiovisuelle, dans le but de produire, animer et réaliser un projet vidéo pour les médias audiovisuels on line ou off line.
Chaque stagiaire réalisera et montera une dizaine de sujets vidéo, un reportage, des sujets radio et un court métrage photo. Un site-école accueillera les productions multimédias des stagiaires.

PROGRAMME

1 - Penser, écrire et réaliser une vidéo pour le Web

Penser son sujet et apprendre à hiérarchiser pour le Web. Penser la vidéo comme élément du récit multimédia.

2 - La prise de vues vidéo

Le repérage (sur le terrain ou par téléphone), l'interview, la lumière et la prise de son.
Réaliser un plan de tournage pour prévoir et optimiser le montage.

3 - Le langage audiovisuel

Qu'est-ce qu'un plan ? Réaliser des mouvements (zoom, panoramique, travelling), la durée des plans, le temps de lecture nécessaire. La composition d'un cadre (premier plan, arrière-plan, profondeur de champ), la vie d'un plan.

4 - Prise en main de la caméra

Le matériel nécessaire au tournage. Navigation dans les menus, réglages des paramètres.
Exercices pratiques, visionnages.

5 - Réalisation d'images et de sons

L'image comme information à part entière. Apprendre à s'exprimer par l'image. Débriefing et critique.
Les ambiances sonores.

6 - Le montage virtuel

Prise en main d'un logiciel (Final Cut ou Premiere pro).
Comment raconter son histoire ?
Écriture du plan de montage.

7 - La grammaire du montage

Les raccords, la narration, les ellipses, les plans de coupe ou d'illustrations.
Comment commencer ? Comment s'organiser ?
Montage 3 points : définition, explication du « in » et « out » dans le rush et sur la timeline.

8 - Techniques de l'interview

La force de l'interview audiovisuel :
Le timing technique. Les différentes formes (micro-trottoir, témoignage en situation). Soigner son introduction et sa première question. La relance.

9 - Le tournage de l'interview

Préparation et installation.
Placement de l'interviewé, direction du regard.
Utilisation de l'éclairage d'appoint (minettes, mandarines).

10 - La prise de son en vidéo

Choisir son matériel en fonction du sujet et de ses difficultés (micro-cravate, HF, micro-canon ou main...). Essais des différents micros en situation.

11 - Éclairage et lumière

La balance des blancs, les températures de couleur, les filtres. L'éclairage d'appoint (minettes, mandarines, fluos, leds...). Comment éclairer un personnage, éviter les ombres, varier les intensités lumineuses.

12 - Commentaire sur images, plateau de situation et voix off

Le rapport texte/image. Écrire pour être entendu. La voix et le timing. Être convaincant. Travailler son élocution.

13 - Culture Web

Outils, usages, écritures et environnements. Penser l'info pour le Web.
Les évolutions du journalisme.
La scénarisation. Le choix des formats, la convergence des médias.

14 - Finaliser son montage

Logique et astuces du montage. Les effets, les transitions, la musique, les commentaires, le montage du son, l'habillage (synthés, titres).
Effets, fusion des pistes et transitions.
Description de la palette d'effets, Initiation à l'étalonnage.
Titrage : définition de l'outil Titrage (paramétrage, onglet contrôle, mise en pratique).

15 - La mise en pages sur le Web

La compression ou l'encodage : principes techniques, codecs et formats.
La diffusion sur le Web : téléchargement, téléchargement progressif, streaming.
Les solutions d'encodage. Intégration Web avec DreamWeaver.

16 - Le son pour le Web

Les outils, les logiciels de montage.

17 - La photographie

La composition de l'image, la prise de vues.
Réalisation d'un diaporama.

18- Stage pratique en entreprise

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

La sélection se fait au moyen d'une série d'épreuves-tests, programmée sur une journée.
Elle sera suivie, pour les candidats admissibles, par un entretien individuel avec deux responsables pédagogiques de l'emi.
Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

PARTICIPANTS

Les stagiaires, journalistes rédacteurs ou photographes, mais aussi graphistes, directeurs artistiques, responsables de communication, doivent posséder une bonne culture générale et une disposition pour le travail en équipe.
Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Une caméra pour deux stagiaires (Sony PD 170, HDV Z1 ou V1.).
Un poste de montage par stagiaire.
Logiciels de montage Final Cut Pro ou Premiere Pro au choix.
Pour la lumière : mandarines, fluos, blondes, boules chinoises.
Pour la prise de son : micros-cravates, HF, canons ou mains.
Encadrement : pour l'enseignement technique (son, lumière, montage), l'emi met deux formateurs à disposition (réalisateur et technicien).

Tarif salarié :
12 600 euros HT

Financement individuel :
7 200 TTC

Graphisme

À la source de tout projet de communication, le graphiste doit tenir compte des spécificités de chaque média. Les contraintes des supports de la révolution numérique – à commencer par les téléphones – ouvrent aussi la voie à de nouvelles pratiques graphiques.

Traduire les signes de la vie

Le graphiste crée des systèmes de traduction visuelle : il met les messages en espace et en image. Son but : faciliter la circulation du sens, en créant des objets de communication adaptés. Il travaille donc à la source de chaque projet de communication. En mettant en scène l'information, il interroge l'émetteur du message sur la justesse et le bien-fondé de celui-ci. En plus de cette démarche intellectuelle, il apporte sa sensibilité plastique et graphique. Cette implication personnelle est nécessaire à tout processus de communication, donc d'échange. Le graphiste est aussi un designer : l'analyse du contenu à communiquer sert de base à ses créations graphiques.

Jusqu'ici, il devait aménager ses compétences à chaque support papier (magazine, affiche, dépliant, livre, enseigne, etc.). Aujourd'hui, l'écran est non seulement incontournable (e-journal, télé, Web-télé, Web, téléphone portable, etc.), mais il évolue tous les jours. Le défi, pour le graphiste, est d'intégrer à son travail les spécificités et contraintes de ces nouveaux médias, pour y adapter le message et son impact. Un exemple : l'esthétique des téléphones – support du futur – doit avant tout être adaptée à la taille de leur écran, et donc simplifiée grâce à des messages visuels épurés.
Mais, quel que soit le support, les enjeux du travail de graphiste (analyse du contenu, prise en compte du destinataire, traduction visuelle originale et adaptée) restent identiques. À cet égard, il est, par essence, plurimédia.

Martine-Jeanne Billot

Martine-Jeanne Billot
Graphiste indépendante depuis 1996. Engagée dans les secteurs culturel, social et artistique, elle collabore avec des vidéastes et des compositeurs pour la création de clips sonores et visuels. Elle est responsable de la filière graphisme à l'emi depuis 2005.

Filière arts graphiques, mode d'emploi

La filière arts graphiques est organisée autour d'un parcours certifiant de graphiste plurimédia – information et communication. La filière comprend également des modules de perfectionnement, notamment consacrés aux nombreux logiciels utilisés en maquette presse comme en Web design, ainsi que des itinéraires de découverte du métier en cours du soir. Les modules peuvent être déclinés en parcours sur mesure.

L'engagement au quotidien

Le graphisme façonne une partie significative du paysage visuel de notre quotidien (presse, livre, objet, télé, cinéma, Web, consommation, design graphique de la ville : devantures, affiches, signalétique, etc.). Le graphiste porte un regard actif sur cet environnement et ses implications sociales. Faire ce métier, c'est donc aussi anticiper et assumer une responsabilité dans la représentation d'un message porteur de sens. Dans le monde des médias, qui mute toujours plus vite, les messages peuvent être diffusés sur la planète entière en quelques instants. Cette circulation extraordinaire de l'information est bien sûr une avancée, mais elle rend le travail de « traducteur graphiste responsable » plus indispensable que jamais.

L'emi à Chaumont

Quatre graphistes de la promotion 2009 de l'emi ont été présélectionnés pour le concours étudiant du Festival international de l'affiche de Chaumont (du 16 mai au 14 juin 2009). Cette année, le thème du concours était « avoir 20 ans ». Les affiches proposent une interprétation du passage de l'adolescence à l'âge adulte. Vingt ans, c'est également l'âge du festival, qui présentait à cette occasion une rétrospective. Vous trouverez les quatre projets de nos stagiaires (et quelques autres) sur www.emi-cfd.com.

L'ANI fait peau neuve

Le site de l'Association nationale des iconographes (ANI) vient d'être repensé. Sa nouvelle conception et son nouveau design sont le fruit des propositions des promotions « Responsable éditorial de site Web » et « Graphiste » 2008 de l'emi. À partir des cahiers de conception réalisés par Nelly Fouks et Catherine Viot (RES), les graphistes ont élaboré des projets. C'est celui d'Anne Boutron qui a été choisi.
L'ANI est partenaire de l'emi dans le cadre de la formation « Éditeur d'images bimédia ».
http://www.ani-asso.fr/

Graphisme

Graphiste plurimédia

Du 1er septembre 2010 au 22 avril 2011

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II)

Parcours complet : 955 heures dont 780 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Cette formation professionnelle et diplômante permet d'être opérationnel dès la sortie, tant au niveau créatif que productif. Elle offre notamment une approche poussée de la création graphique et une maîtrise totale des logiciels.
Un graphiste se doit aujourd'hui de maîtriser les outils du print et du Web ainsi que la problématique graphique de ces deux univers complémentaires. La formation confronte le stagiaire à de réelles situations de production,
et ce tout au long de la formation et sur tous les supports. Elle est dispensée par des graphistes et par divers professionnels en activité, qui ont à cœur de transmettre
avec passion leur spécialité, leur expérience et leurs savoirs.
Le graphiste sortant de la formation est en mesure de concevoir, décliner et exécuter tout projet de support d'information (presse, communication, édition, Web, radio, vidéo, clip, animation, habillage TV, portable, e-book, e-journal etc.). Il doit aussi pouvoir analyser le besoin d'un client et commercialiser sa production.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Les bases de la communication visuelle, papier et Web, les différents supports et postures du secteur des arts graphiques. Initiation aux logiciels de PAO.

2 - Culture du métier

Appréhender l'histoire des arts plastiques, graphiques et typographiques en France, en Europe et ailleurs. Poursuite de l'initiation aux logiciels de PAO.

3 - Conception graphique en communication visuelle

Analyser et comprendre un brief ; le schéma de la communication ; les notions de contraste, de rythme, d'impact, de lisibilité, de visibilité ; les rapports particuliers entre le texte et l'image.

4 - Outils de la PAO et du Web

Utiliser les logiciels XPress, InDesign, Illustrator, Photoshop Flash, DreamWeaver. Utilisation du scanner et d'iMovie pour l'intégration vidéo-son.

5 - Maquette et typographie

Adopter les principes de mise en pages, s'adapter au projet rédactionnel, déclinaisons, chemin de fer, charte graphique et typographique, harmonie et contraste, rythme d'une publication.

6 - Atelier de production d'images

Adopter une démarche exploratoire avec tous les outils d'expression visuelle : photographie, dessin.
Sémiologie.

7 - Techniques rédactionnelles

Maîtriser les mécanismes de la communication ; écriture journalistique et publicitaire ; accroches, titres, mots essentiels, style.

8 - Fabrication

Connaître la chaîne graphique : procédés d'impression, imposition, façonnage, matériaux.

9 - Conception graphique en presse

Objectif : créer et réaliser une nouvelle formule de presse (un journal, un magazine-école), papier et Web.

10 - Ateliers affiches et édition

Élaborer des principes de collections de livres. Participer au concours international d'affiches, « Étudiants, tous à Chaumont ».

11 - Conception et réalisation graphique Web

Les fondamentaux du Web design (conception et méthode). Concevoir graphiquement un site Web et son protocole.

12 - La réalisation d'un book

Préparer son book et sa présentation pour un jury, un employeur, un client.

13 - Stage pratique en entreprise

Intégrer un lieu de production pour peaufiner son parcours (rédaction, atelier de création, agence de communication).

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

Spécialisation

Un module de spécialisation aux outils du Web peut être ajouté à la fin de ce parcours.
Nous consulter.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale et la culture visuelle du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude
à l'exercer. Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer pour chaque candidat un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Toute personne ayant une culture artistique et désirant acquérir les connaissances théoriques et techniques du métier de graphiste. Niveau bac + 2, + 3.

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'Internet. Logiciels (dernières versions): XPress, InDesign, Illustrator, Photoshop, Flash, DreamWeaver, etc.

Tarif salarié :
11 950 euros HT

Financement individuel :
6 600 euros TTC

Édition

L'éditeur de livres doit aujourd'hui maîtriser de nombreux outils dans des temps très variés : mise en pages, gestion, fabrication. Et, avec les bouleversements du numérique, le livre papier entre dans une période de mutation intense.

Filière édition, mode d'emploi

La filière édition est organisée autour de deux grands axes : un parcours qualifiant de secrétaire d'édition-éditeur présenté page 36, et des modules d'apprentissage et de perfectionnement, que vous trouverez notamment pages 55 et 73 et suivantes.
Ces formules constituent un ensemble cohérent et permettent de construire des parcours individualisés. Ceux-ci peuvent aussi s'articuler à des modules d'autres filières pour des parcours transversaux.

À bon formateur, salut !

J'entends et lis même parfois qu'on ne forme pas au métier d'éditeur. C'est faux : on ne forme pas à la passion d'éditer, à l'exigence ou encore même au talent. Mais éditer n'est pas un art, c'est un métier comme beaucoup d'autres : entre artisanat et industrie, il nécessite l'acquisition de gestes, de connaissances et bien sûr d'expérience.
Nos formations s'appuient toutes sur cette triple recherche : nous transmettons techniques et savoirs acquis par chacun des enseignants grâce à son parcours professionnel – erreurs et succès –, et nous nous appliquons à exercer nos stagiaires à tous ces gestes.

L'éditeur moderne doit maîtriser de nombreux outils qui trouvent une application dans des champs très divers : la gestion des fichiers quand ils arrivent, la pratique concrète des logiciels de mise en pages, la maîtrise des coûts et techniques de fabrication, les comptes d'exploitation et la lecture intelligente des statistiques commerciales. Aujourd'hui, qui peut sérieusement passer outre sans mettre en péril la suite de ses projets ?
L'équipe pédagogique de la filière édition de l'emi partage une passion commune : le livre et son devenir. Nous réfléchissons constamment à ses évolutions, et les enjeux actuels autour du numérique nourrissent nos discussions, en particulier avec les autres filières de l'école, dont l'expérience dans le domaine est essentielle à nos yeux.
Nous formons et, pour mieux le faire, nous continuons à apprendre.

Joseph Jacquet

Joseph Jacquet est éditeur externe pour plusieurs maisons, principalement dans le secteur du livre jeunesse. Depuis 2007, il est responsable de la filière édition à l'emi.

Sur quel téléphone lisez-vous ?

Voilà, c'est fait : un des auteurs littéraires français reconnus, Didier Van Cauwelaert, prix Goncourt 1994, a publié son nouveau roman directement en version numérique, chez SmartNovel. D'après l'auteur, l'éditeur papier n'est pas encore choisi… Révolution dans l'édition ! Depuis l'an passé, notre formation longue propose donc plusieurs modules d'initiation et de perfectionnement à la conception numérique du livre, qui mènent une réflexion approfondie sur le rapport contenu/support de lecture.

Un rapport instructif

En mars 2009, Hervé Gaymard a publié un rapport sur la situation du livre : 422 pages qui analysent l'économie de ce secteur, dont de nombreuses et essentielles annexes. On retient, sur la loi Lang et le prix unique, un bilan très positif, qui a valu à cette étude un soutien du SLF, le Syndicat de la librairie française. Pour nous, la veille continuelle sur le secteur économique de l'édition est indispensable pour comprendre les enjeux de demain pour les différents métiers et l'emploi.

Déficit de librairies en Île-de-France

Le Motif, observatoire du livre et de l'écrit en Île-de-France, vient de publier une étude qui dénombre les lieux de vente de livres dans cette région : à Paris, on trouve une librairie indépendante pour 4 000 habitants environ… et, en Seine-Saint-Denis, une pour 46 000 habitants seulement ! En tant que formateurs d'éditeurs, nous croyons à l'importance capitale de la librairie indépendante. Chaque année, plusieurs libraires interviennent dans le cadre de nos formations pour parler de leur métier et de la loi Lang.
www.lemotif.fr

Édition

Secrétaire d'édition-éditeur

Du 1er septembre 2010 au 18 mai 2011

Parcours complet : 1 140 heures dont 900 au centre et 240 en entreprise

OBJECTIF

Ce parcours de formation est conçu pour ceux qui voudraient soit intégrer une maison d'édition, soit travailler en externe, ou encore créer leur propre structure éditoriale.
Les métiers de secrétaire d'édition et d'éditeur concentrent de plus en plus de compétences. L'éditeur est chargé de la conception comme de la réalisation des ouvrages, le secrétaire d'édition s'occupant plus particulièrement de leur réalisation. Il faut savoir trouver et jauger idées, textes et images, définir des concepts éditoriaux, maîtriser les nouvelles techniques de fabrication du livre, connaître précisément les réseaux de diffusion et de distribution, savoir apprécier le marché et la concurrence... tout cela en gardant l'œil sur les coûts et en songeant au potentiel d'internationalisation du contenu.
Pour appréhender toutes les facettes de la fonction éditoriale, le parcours secrétaire d'édition-éditeur se déroule sur un principe d'acquisition et de mise en pratique. De nombreux cours sont consacrés à la transmission des savoirs de l'édition (culturels ou techniques), et un grand nombre d'exercices mettent en scène ces connaissances : chaque année, les stagiaires mènent dans le cadre de l'école des projets qui ont parfois le bonheur de devenir des livres...

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Grammaire et orthographe, correction, fondamentaux de la communication écrite, règles de base de la mise en pages et initiation à la PAO.
Histoire de l'édition, du livre et de l'écriture, culture générale artistique et graphique, culture du secteur de l'édition, économie et métiers.

2 - Écrire et lire

Lecture de manuscrits, fiches de lecture, correction, réécriture, choix d'un auteur, commande à un auteur, sémiologie.

3 - Conception éditoriale

Processus éditorial, recherche de sources et d'idées, remodelage de livres, relation fond-forme, relation texte-image.

4 - Graphisme et PAO

Typographie, principes de maquette, principes de couverture, choix des images et utilisation. Mise en pages sur XPress, InDesign, Photoshop.

5 - Fabrication

Lecture et demande de devis, choix du papier, photogravure, épreuves de fabrication, impression, façonnage.

6 - Budget

Coût d'un livre, montage financier et devis, budgets prévisionnels et compte d'exploitation, statuts et coûts d'une équipe. Initiation à Excel.

7 - Commercialisation

Diffusion et distribution, librairies, circuits de vente, outils de communication, relations avec les médias.

8 - Édition numérique

Création et suivi de sites catalogues et de sites éditoriaux, suivi de production multimédia, techniques de mise en ligne, pilotage et organisation du flux des contenus. Création de livres numériques.

9 - Gestion d'une structure éditoriale

Choix et gestion d'une équipe, techniques du brief et du débriefing, montage d'une collection, montage d'une maison d'édition.

10 - Application transversale des acquis

Projets mensuels en groupe. Création et réalisation de projets de livres-école.

11 - Stage pratique dans une maison d'édition

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du secteur de l'édition, son aptitude à l'exercer.
Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer un cursus personnalisé pour chaque candidat.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une bonne culture générale, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques et au travail en équipe, ainsi que des qualités certaines en termes d'organisation du travail. Le niveau demandé est bac + 3.

Nombre de participants : vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser et à l'Internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop, ProLexis.

Tarif salarié :
13 400 euros HT

Financement individuel :
7 500 euros TTC

L'équipe de l'EMI

L'équipe

Directeur général :
François Longérinas
Directrice administrative et financière :
Marie-Geneviève Lentaigne
Directeur du développement :
Fidel Navamuel
Directeur pédagogique :
Jean Stern
Secrétaire générale et responsable du pôle conseil en formation :
Maryse Pradines
Réseau et développement technique : **Alain Delauney**

Journalisme : **Marc Mentré**
Graphisme : **Martine Billot**
Photo : **Wilfrid Estève et Camille Pillias**
Édition : **Joseph Jacquet**
Multimédia : **Jean Sylvestre**
Vidéo : **Laurent Catherine**
SR bimédia : **Patricia Citaire et Dominique Patte**
Outils du Web et site :
Henri Grinberg
Outils de la PAO :
Sophie Fourré

Action commerciale :
Sandrine Goujon et **Camille Bienstman**
Coordinatrice des programmes et rédaction Web :
Sophie Lemoine
Conseillère en formation et chargée de communication :
Élise Morvan
Gestion des ressources humaines et responsable comptabilité :
Odile Villeret
Comptable : **Damir Sosic**
Accueil et conseil en formation :
Djamila Mékaoui avec **Caroline Izoret-About** et **Sihème Faid**

Nos intervenants

Marie-Édith Alouf (Les Petits Matins)
Marie Andrieu (*Le Courrier de l'Atlas*)
Odile Andrieu (Promenades de Vendôme)
Pierre Astier (agent littéraire)
Aurélie Aubert (Paris VIII)
Bertrand Audusse
Mathieu Auzanneau
Catherine Aygalinc
Carmen Bader
Jérôme Baillet
Laurence Bailloux-Pinco (Oliance)
Pierre Bancel (*Courrier international*)
Mathilde Bardel (Entrez sans frapper)
Jacques-Olivier Baruch (*La Recherche*)
Alice Barzilay (*Le Monde diplomatique*)
Karen Bastien (Terra Economica)
Pascale Berthault (SDC)
Marie-Christine Biebuyck (Agence Magnum)
Stéphane Blanchet
Catherine Bonifassi
Benoît Boussard
Jérôme Bouvier (Ivre d'images)
Mikaël Bozo
Valérie Cabridens
Édith Canestrier
Armelle Canitrot (*La Croix*)
Silvina Carbone (TV5)
Claire Carrard
Christian Caujolle (Vu)
Élisabeth Chamontin
Jean-Pierre Chapelle (*Ouest-France*)
Olivier Charbonnel
Laetitia Chastel
Ananda Cherer
Marc Chetboul
Catherine Chevallier
Gilles Collignon (Serda)
Laurent Collobert (*Télérama*/Wizz.fr)
Arnaud Corbin
Laurent Correau (RFI)
Christiane Coste (*CB news*)
Marie-Amélie Cotillon (Duke Interactive)
Laurent Cousin
Philippe Coutant
Sophie Creusot
Nadia Daam (20minutes.fr)
Christian Dao
Sophie Davidas
Laurence Defranoux (*Libération*)
Alexis Delcambre (lemonde.fr)
Valérie Delchambre
Guy Deloche (diffusion de presse)
Sébastien Demorand (RTL)
Véronique de Viguerie
Eric Delon (*Les Incorrigibles*)
Thiébault Dromard (Challenges)
Étienne Drouard (droit)
Tristan Duhamel
Thierry Dupont (*lexpress.fr*)
Michel Ebran (*Que choisir*)
Malika Elkord (nouvelobs.com)
Claude-Étienne Armingaud (droit)
Pascal Famery (Clemi)
Grégory Fabre
Jérôme Faucheux
Laurence Folie
Isabelle Fougère (*Le Figaro Magazine*)
Jean-Pierre Fougères
Philippe Gammaire (Univers Médias)
Muriel Gani
Hervé Gardette (franceculture.fr)
Jean-Paul Geai (*Que choisir*)
François Gèze (La Découverte)
Lin Guillou (*L'Humanité*)
François Hebel (Rencontres d'Arles)
Natacha Henry
Mat Jacob (Tendance Floue)
Marc Jammet (Vuibert)
Caroline Jolivet
Pierre Josse (Guide du routard)
Pascal Joube (La Lune bleue)
Robert Jules (*La Tribune*)
Daphné Juster
Émilie Juvin
Hédi Kaddour (stylistique)
Alain Kaiser
Ayperi Karabuda Ecer (Reuters)
Sabrina Kassa (Les Incorrigibles)
Maylis de Kerangal
Philippe Kohn
Aurélie Lacouchie (IAURIF)
Jean-Marie Lagnel
Gilles Laloux (*Le Parisien*)
Didier Lannoy
Florent Latrive (libération.fr)
Alain Le Bacquer,
Arnaud Lebassard
Sébastien Lecordier
Bernard Lefort
Catherine Léger
Patrick Lenormand (Ressources presse)
John-Paul Lepers (latelelibre.fr)
Jean-François Leroy (Visa pour l'Image)
Antoinette Lorenzi
Olivier Louche
Anne-Marie Macé (droit)
Youssef Madour
Cécile Maillard (*20 minutes*)
Eric Marquis (*L'Express*)
Jean-Luc Martin-Lagardette
Meryem Marzouki
Patrice Mayon
François Meekel
Stéphanie Méséguer (Burozoïque)
Dominique Meyer (français)
Francis Mizio
Dominique Morvilliers (Rififi Communication)
Christine Muratet (RFI)
Ariel Nathan
Édith Nuss
Hélène Orizet
Nourdine Oumeddour
Emmanuel Paillardon
Marc Parent (Buchet-Chastel)
Michèle Pé dinielli
Jacqueline Peragallo
Claude Pfeffer (Viva)
Thomas Petit-Archambault
Guillaume Philippon
Olivier Piot
François Plet
Claire Prat-Marca
Didier Pruvot
Laetitia Quintano (lefigaromadame.fr)
Philippe Rabagnac
Nata Rampazzo
Alain Rebours
Raphaël Reynes (RFI)
Annick Rivoire (poptronics.fr)
Olivier Robineau
Patrick Roger (*Le Monde*)
Olivier Roller
Jean-François Roversi
Judith Rueff (ligne4.fr)
Frédérique Schneider (*La Croix*)
Maxime Switek (Europe 1)
Dagui Tanaskovic
Claire Ulrich
Jean-Baptiste Urbain (France Info)
Hélène Viala
Patrick Vincent
Corentin Vinçon
Lorenzo Virgili
Élisabeth Weissman
Claudia Zels (Prisma TV)
Anne Zweibaum (L'atelier d'édition)

Pratique

Les locaux

L'École des métiers de l'information est située au cœur de Paris, à deux pas des métros Château-d'Eau et Strasbourg-St-Denis. Les locaux de l'école, d'une surface de 1 000 m², sont ouverts du lundi au vendredi de 9h à 19h, les stages se déroulant pour la plupart de 10h à 13h et de 14h à 17h. Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur avec une connexion Internet haut débit, des logiciels d'usage courant, des fils AFP textes et photos. Les cours du soir ont lieu tous les mercredis soir ainsi qu'un samedi par mois.

Orientation et financement

Selon votre situation professionnelle, les modes de financement varient : congé individuel de formation (CIF), plan de formation des entreprises, droit individuel à la formation (DIF), période de professionnalisation, participation des conseils régionaux (nous consulter), financement individuel avec paiement en plusieurs fois.
Contactez nos conseillers au

01 53 24 68 68

Contacts financement
Salariés CDI et CDD :
Maryse Pradines
maryse.pradines@emi-cfd.com

Demandeurs d'emploi et financements publics :
Elise Morvan
elise.morvan@emi-cfd.com

Financements individuels et contact entreprises :
Fidel Navamuel
fidel.navamuel@emi-cfd.com

Site

Mise à jour permanente des dates de stage, conférences, réunion d'information, tarifs, résultats des tests, actualité de l'école, des filières, des anciens, etc. sur www.emi-cfd.com

Conditions générales

L'emi se réserve le droit de modifier les conditions générales de ce catalogue, ainsi que les tarifs et contenus des cours.
L'emi se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session à une date ultérieure, sans frais, si les conditions nécessaires au bon déroulement de la formation ne sont pas réunies.

Parcours individualisés

Pour tout savoir sur les formations, les parcours, les conférences, pour un conseil ou une orientation, venez participer à nos matinées portes ouvertes ou à nos soirées d'information. Ces réunions se déroulent tout au long de l'année. Pour connaître la prochaine date, connectez-vous sur le site :
www.emi-cfd.com.
Vous pouvez également obtenir des rendez-vous individuels auprès de nos conseillers. Une permanence sur rendez-vous a lieu tous les mercredis de 17h à 19h.

Bulletin d'inscription

À retourner à l'École des métiers de l'information,
7-9, rue des Petites-Écuries 75010 Paris
ou par fax au 01 53 24 68 88.

LE STAGE

Intitulé du stage : . . . . . .
Date du stage : . . . . . .

Prix € HT : . . . . . .
Prix € TTC : . . . . . .

LE STAGIAIRE

M. ❐ Mme ❐ Mlle ❐
Prénom : . . . . . .
Nom : . . . . . .
Adresse personnelle : . . . . . .
. . . . . .
Tél. personnel : . . . . . .
E-mail : . . . . . .
Fonction : . . . . . .

Vos attentes par rapport à la formation (points à développer plus particulièrement, etc.) :

. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

Votre projet (poste envisagé, compétences à acquérir, etc.) :

. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

emi Bulletin d'inscription

À retourner à l'École des métiers de l'information,
7-9, rue des Petites-Écuries 75010 Paris
ou par fax au 01 53 24 68 88.

L'ENTREPRISE

Dénomination de l'entreprise : . . . . . .

Groupe auquel la société appartient : . . . . . .

. . . . . .

Adresse de l'entreprise :

. . . . . .

. . . . . .

Secteur d'activité / Code APE.NAF :

. . . . . .

Personne chargée du suivi inscription : . . . . . .

Fonction :. . . . . .

. . . . . .

Tél. : . . . . . .

E-mail :. . . . . .

La convocation doit être adressée :

❒ au stagiaire

❒ au chargé du suivi inscription

❒ aux deux ❒ à une autre personne :

M. ❒ Mme ❒ Mlle ❒

Nom :. . . . . .

Prénom : . . . . . .

Adresse : . . . . . .

. . . . . .

Cette formation bénéficiera-t-elle du financement d'un OPCA (organisme paritaire collecteur agréé) ? Si oui, merci de nous indiquer le nom et les coordonnées de cet organisme, ainsi que les références de la prise en charge.

. . . . . .

. . . . . .

Date : **Signature :**

Cachet de l'entreprise

Modalités de règlement :

Les tarifs H.T. de l'emi-cfd sont soumis à la TVA au taux de 19,60 %.

À titre d'acompte, un versement de 30 % TTC libellé à l'ordre d'emi doit être joint à ce bulletin. Aucune inscription ne sera enregistrée sans ce versement. Il restera acquis à l'emi-cfd en cas de désistement moins de 7 jours ouvrables avant le début du stage.
L'emi se réserve le droit de reporter, sans frais, une session qui ne réunirait pas le nombre minimal de stagiaires nécessaire au bon fonctionnement de la formation.